

УЧЕТ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ В СОТРУДНИЧЕСТВЕ С КИТАЕМ

CONSIDERING NATIONAL CULTURE IN COOPERATION WITH CHINA

Л.В.Скопова, Я.С.Скопова

Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург

Аннотация: Деловые контакты с китайскими предпринимателями стремительно развиваются. Знакомство с особенностями китайской культуры приобретает важное значение. Проведение деловых переговоров будет успешным, при условии учета национально-культурных особенностей обеих сторон.

Ключевые слова: деловые контакты, международная коммуникация, китайские представители, параметры переговоров.

Abstract: Business contacts with Chinese entrepreneurs are developing rapidly. Good knowledge of the peculiarities of Chinese culture becomes especially important. Business negotiations will be successful if partners take into account national and cultural features of both sides.

Key words: business contacts, cross-cultural communication, Chinese representatives, terms of negotiations.

Стремительное развитие Китая, подъем китайской экономики, наводнение его продукцией всех мировых рынков неизбежно привели к значительному расширению деловых контактов с этой страной.

Для проведения успешных переговоров, заключения выгодных сделок с китайцами недостаточно знать общие правила ведения торговой деятельности. Важное значение приобретает знакомство с культурными особенностями этого народа, с его древнейшими традициями, верованиями и религиями. Необходимо учитывать специфические черты характера и поведения его представителей, а также народные обычаи и ментальность.

Основные трудности, с которыми сталкиваются иностранцы на китайской территории, сложны и многообразны, т.к. различаются по своей природе и включают разноплановые аспекты: структурные, стратегические и культурные.

Структурные параметры касаются контекста проведения переговоров, т.е. организационного аспекта. Все международные переговоры в Китае

проходят под эгидой административных инстанций, которые в обязательном порядке включаются в состав участников, или выступают в качестве вышестоящих организаций, выдающих разрешение на тот или иной вид деятельности. Самый распространенный тип переговоров с Китаем касается создания совместных предприятий, в состав которых обычно включаются государственные партнеры. Это могут быть госпредприятия, органы государственного управления, административные или политические министерства, учреждения и органы местного самоуправления. В связи со сложностью такой структуры необходимо понять, на каком из уровней принимаются основные решения, и какая инстанция уполномочена выдавать разрешение на предполагаемый вид деятельности.

Стратегический параметр включает весь спектр деятельности, необходимый для достижения на переговорах намеченных целей и представляет собой основное направление мероприятий, заключающееся в четких тактических действиях, таких как набор аргументаций, предложений, консенсусов, приостановок и «замораживания» переговоров, контрпредложений и т.п. С точки зрения стратегии, любые переговоры представляют собой комбинацию противоречивых, а нередко, и противоположных интересов. С одной стороны, переговоры носят характер сотрудничества, т.к. причиной их проведения является встреча двух и более сторон, каждая из которых преследует свои собственные цели. Поиски соглашения и договоренностей составляют весь смысл проведения переговоров. С другой стороны, в переговорах имеется некий характер конфликтности, т.к. в случае получения выигрыша или проигрыша он выпадает на долю одной из сторон-участниц [1; 4]. Стратегическая активность как раз и состоит в координировании вышеуказанных двух аспектов: сотрудничества и соперничества таким образом, чтобы суметь достичь собственных целей, не разрушая при этом сам ход переговоров и не нарушая правила игры.

В китайском контексте это представляет собой сложный процесс, отличающийся многообразием, многоступенчатостью и значительной продолжительностью [2]. Он требует от участников глубоких профессиональных знаний и владения определенными компетенциями в различных областях деятельности. Прежде всего, первым шагом является сбор необходимой информации, которую очень непросто добыть в Китае.

Культурные параметры отражают способы мышления и поведения представителей различных культур. Речь идет о получении знаний о самом

партнере, чтобы лучше его понимать и, по возможности, предвосхищать некоторые его поступки в ходе переговоров и встреч. Культурное окружение оказывает влияние на личность на нескольких уровнях: когнитивном, коммуникативном, поведенческом и личностном.

Когнитивные аспекты касаются самого определения ситуации на переговорах: правила устава, словесный поединок, экономическое соперничество, социально – эмоциональные отношения, смежный проект, четкое исполнение ритуала, человеческий авантюризм и предприимчивость.

Коммуникативные аспекты, выражающиеся в действиях, передаются через целый ряд культурных признаков: используемые жесты, отношение к участникам, типичное поведение, особенности речи [3]. Моральные ценности, доминирующие в данной культуре, заставляют индивидуума выбирать определенные типы поведения, игнорируя другие типы, несвойственные его культуре. Соответственно, его действия вписываются в рамки определенного культурного регистра. Культура определяет также идентичность, т.е. набор составных элементов личности индивидуума и значение, которое он им придает. В случае, когда некие стратегические действия на переговорах противоречат идентичности и культурному наследию какого-либо участника и приводят к возникновению новой, незнакомой ситуации, это может вызвать настороженное, или даже агрессивное поведение этого участника, что негативным образом скажется на всем процессе переговоров, вплоть до полного провала.

Модель, состоящая из трех параметров: структура – культура – стратегия, должна рассматриваться как инструмент аналитического исследования, помогающий разбить на определенные категории бесконечное множество ситуаций, возникающих в ходе переговоров. Каждый из трех параметров влияет на остальные, ввиду того что социальная действительность не может состоять из отдельных несвязанных категорий [4].

Культурные аспекты в большой мере обусловлены культурой, присущей данному обществу. Например, юридические рамки и способы административного вмешательства находятся в полной зависимости от национальных традиций, моральных ценностей, религиозных верований и обычаев, свойственных культуре, в которой они применяются.

Подобным образом стратегические действия также вписываются в рамки, ограниченные возможностями законодательства страны-участницы и социальными нормами, признаваемыми партнерами. Таким образом, не

любые действия разрешены в ходе переговоров, и определенный набор правил и регламентаций должен признаваться участниками, что значительно сокращает возможности для маневров на переговорах.

На переговоры с китайской стороной иностранные фирмы отправляют чаще всего специалистов, хорошо разбирающихся в экономических и инженерных аспектах деятельности данного предприятия. Этих компетенций оказывается совершенно недостаточно для успешного проведения переговоров и дальнейшего плодотворного сотрудничества с китайскими предприятиями. В данном случае для участия в переговорах необходима дополнительная специальная подготовка представителя, включающая два четких аспекта.

Во-первых, специалист, участвующий в переговорах должен хорошо владеть знаниями стратегии их проведения. Приобретение данных компетенций предполагает довольно длительный опыт работы в Китае в качестве участника переговоров или просто наблюдателя.

Во-вторых, это должен быть специалист по сотрудничеству с Китаем, хорошо разбирающийся в двух основных аспектах: административном, с одной стороны, и культурном, с другой стороны. В большинстве случаев таким специалистом является представитель китайского происхождения. В его подготовке, с самого начала, требуется обучение учету межкультурных особенностей при ведении переговоров в рамках сотрудничества с зарубежными странами.

При постановке целей такого обучения и способов достижения наилучшего результата должны учитываться ряд параметров: уровень знаний и опыт участников подготовки, их базовое обучение, длительность практической деятельности, тип переговоров, в которых они впоследствии примут участие.

Если целью обучения является подготовка к переговорам в Китае или оказание помощи для проведения успешных переговоров с китайской стороной, логичным и полезным станет такой тип обучения, который предложит набор специальных методик, но не конкретных рецептов. Вместо четкого списка указаний и конкретных шагов для выполнения, полезнее предложить аналитический инструментарий и способы, позволяющие участнику наилучшим способом подготовить свои действия, что приведет к положительному результату и эффективному проведению предстоящих переговоров.

Литература:

1. Dupont Ch., La Négociation: conduite, théorie, application, Paris, Dallos, 1994. – 391p.
2. Faure G.-O., La négociation chinoise : aspects cognitifs et stratégiques, Intercultures, P 29-30, Paris, 1995.
3. Chen Yan, Validité des conduites à tenir en milieu étranger, Intercultures, 8, P. 91-100, Paris, 1989.
4. Faure G.-O., Mermet L., Touzard H., Dupont Ch. La Négociation. Situations et problématiques, Paris, Nathan, 1998. - 207p.

УДК 81

ББК 81.18+79.101

ПРОБЛЕМА ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ КАЧЕСТВЕННОГО ПЕРЕВОДА ЭКСКУРСИЙ В МУЗЕЯХ

THE PROBLEM OF HIGH-QUALITY TRANSLATION OF EXCURSIONS IN MUSEUMS

Л.С.Слободяник

Екатеринбургский музей изобразительных искусств, Екатеринбург

Аннотация: В данной статье автор рассматривает проблему осуществления качественного перевода экскурсий в музее. Автор анализирует ошибки, возникающие в процессе перевода экскурсий, и выдвигает рекомендации по подготовке устных переводчиков к данному виду работы. Также дается характеристика специфики компетенций гида-переводчика.

Ключевые слова: устный перевод, перевод экскурсий, гид-переводчик, музей, туризм

Abstract: In this article the author examines the problem of high-quality translation of the museum excursions. The author analyzes the errors that occur in the guided tour translation process, and makes recommendations for the interpreters, how to prepare for this type of work. The characteristic features of guide-interpreter's abilities are also described.

Key words: interpretation, translation of excursions, guide-interpreter, museum, tourism

В последние годы, несмотря на непростую политическую ситуацию в мире и последствия экономических кризисов, поток иностранных туристов в Россию стабильно увеличивается. Это обусловлено несколькими факторами.